

RPSEP-21

ANALISIS KUALITAS LAYANAN BERDASARKAN KARAKTERISTIK GENDER PADA PELAKU UMKM BIDANG USAHA MAKANAN

The Analysis of the characteristics of Gender for service quality in Food Industry Implemented by Small Medium Enterprises

Siti Nurjanah¹⁾ Brenda Aurista²⁾ Tito Hananta Kusuma³⁾

¹⁾ Manajemen , Fakultas Ekonomi Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis
Jalan Pulomas Selatan 22, Jakarta 12020
Email: siti.nurjanah@kalbis.ac.id

Abstract

This paper analyzes the characteristics of gender in offering a service quality in SME's of food industry. The businesses that are run by the Small and Medium Enterprises are currently developing well. Service quality in SME's businesses are often overlooked by business owners due to several reasons such as limited human resources, lack of capital, lack of knowledge and others. There are several dimensions in service quality such as tangible or physical evidence. These dimensions can be seen through the ability of SMEs in existence to show the arrangement of stalls, creating interesting shops layout, cleanliness of the place, and neatness. While, the other dimensions to consider including: reliability, responsiveness, speed and accuracy as well as guarantees that the raw materials used. Service quality can be distinguished on the basis of gender characteristic, it is also indicates that the gender refers to psychological characteristics, social and culture associated. For men tend to have less rigorous due to the cultural characteristics of the family, the community formed that men tend to do the rough work, instead, while women tend to work toward accuracy. This type of research is qualitative research. The procedure used is a qualitative method of grounded research where the procedures aim to explain the concept, process, action or interaction about a given topic from the point of participants.

Keywords: Service quality, Gender, UMKM, Food

Abstrak

Pelaku Usaha Mikro kecil Menengah (UMKM) dibidang makanan tergolong cukup berkembang. UMKM dibidang ini dikerjakan baik pelaku mikro bergender perempuan dan laki-laki. Kualitas layanan dalam usaha kecil menengah seringkali dilupakan oleh pemilik usaha dikarenakan beberapa alasan seperti keterbatasan sumber daya manusia, keterbatasan modal, keterbatasan pengetahuan dan lainnya. Kualitas pelayanan sebuah usaha kecil menengah bidang makanan bisa dilihat dari beberapa dimensi seperti tangible atau bukti fisik. Dimensi ini dapat dilihat melalui kemampuan UMKM dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak konsumen diantaranya penataan warung/toko yang menarik,

kebersihan tempat, serta kerapian. Dimensi lain yang perlu diperhatikan diantaranya kehandalan, daya tanggap, kecepatan dan ketepatan serta jaminan bahan baku yang dipergunakan. Dalam penelitian ini kualitas layanan dapat dibedakan berdasarkan karakteristik gender. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Prosedur metode kualitatif yang digunakan adalah *grounded resarch* yaitu prosedur penelitian yang menjelaskan konsep, proses, tindakan atau interaksi mengenai suatu topik tertentu dari sudut partisipan. Penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik gender mengacu pada psikologis, sosial dan budaya yang dikaitkan dengan jenis kelamin. Untuk gender laki-laki cenderung memiliki karakteristik kurang teliti dikarenakan budaya dari keluarga, lingkungan masyarakat yang membentuk bahwa laki-laki cenderung untuk melakukan pekerjaan yang kasar sedangkan perempuan ke arah pekerjaan yang butuh ketelitian.

Kata kunci: Kualitas layanan, Gender, UMKM, Makanan

A. PENDAHULUAN

Karakteristik kualitas layanan adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau memiliki harapan dengan lima dimensi utama, yakni bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), perhatian (*emphaty*). Dalam usaha kecil menengah kualitas layanan seringkali dilupakan oleh pemilik usaha dikarenakan beberapa alasan seperti keterbatasan sumber daya manusia, keterbatasan modal, keterbatasan pengetahuan dan lainnya. Dalam penelitian ini akan diteliti mengenai karakteristik kualitas layanan yang dijalankan oleh pelaku UMKM yang bergender wanita dan yang bergender laki-laki pada jenis usaha makanan. Dalam dimensi kualitas layanan sebuah usaha kecil menengah perlu *tangible* atau bukti fisik dalam hal ini akan dilihat kemampuan UMKM dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak konsumen diantaranya : penataan warung yang menarik, kebersihan tempat, kerapian tempat, kelengkapan peralatan.

Selain bukti fisik dibutuhkan kehandalan yang meliputi kemampuan UMKM memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kesigapan karyawan dalam membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dan dengan penyampaian informasi yang jelas.

Dimensi lain yang perlu diperhatikan adalah daya tanggap, jaminan serta perhatian. Dimensi dari layanan sangat menentukan apakah konsumen memutuskan untuk melakukan keputusan suatu pembelian. Usaha mikro, kecil dan menengah merupakan usaha mikro yang telah berhasil melampaui beberapa krisis moneter yang dialami negara ini. Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan satu usaha kecil menengah yang dapat memperkuat dasar

kehidupan perekonomian dari sebagian terbesar rakyat Indonesia. UMKM telah berhasil menyediakan lapangan kerja dan mengurangi kesenjangan dan tingkat kemiskinan.

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah jumlah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia saat ini sekitar 55 juta, dan menyerap 97% tenaga kerja Indonesia. Meski secara kuantitas sangat besar dan menyerap banyak tenaga kerja, pangsa dalam pendapatan nasional masih sekitar 57%. Angka tersebut diatas sangat berbeda jauh dari pangsa para konglomerat yang berjumlah kecil tetapi sangat mendominasi perekonomian negara Indonesia. UMKM di Indonesia sangat penting bagi ekonomi karena menyumbang 60% dari Produk Domestik Bruto dan menampung 97% tenaga kerja yang berada di Indonesia. Tetapi akses ke lembaga keuangan sangat terbatas baru 25% atau 13 juta pelaku UMKM yang mendapat akses ke lembaga keuangan. Pemerintah Indonesia, membina UMKM melalui Dinas Koperasi dan UKM, di masing-masing Provinsi atau Kabupaten/Kota.

Perkembangan UMKM yang meningkat dari segi kuantitas tersebut belum diimbangi oleh meratanya peningkatan kualitas UMKM. Permasalahan klasik yang dihadapi yaitu rendahnya produktivitas. Keadaan ini disebabkan oleh masalah internal yang dihadapi UMKM yaitu: rendahnya kualitas Sumber Daya Manusia UMKM dalam manajemen, organisasi, penguasaan teknologi, dan pemasaran, lemahnya kewirausahaan dari para pelaku UMKM, dan terbatasnya akses UMKM terhadap permodalan, informasi, teknologi dan pasar, serta faktor produksi lainnya. Sedangkan masalah eksternal yang dihadapi oleh UMKM diantaranya adalah besarnya biaya transaksi akibat iklim usaha yang kurang mendukung dan kelangkaan bahan baku. Juga yang menyangkut perolehan legalitas formal yang hingga saat ini masih merupakan persoalan mendasar bagi UMKM di Indonesia, menyusul tingginya biaya yang harus dikeluarkan dalam pengurusan perizinan. Dalam penelitian ini akan dilihat bagaimana peranan kualitas SDM yang ada di UMKM dilihat dari karakteristik kualitas layanan.

B. METODE PENELITIAN

B.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Prosedur metode kualitatif yang digunakan adalah *grounded resarch* yaitu prosedur penelitian yang menjelaskan konsep, proses, tindakan atau interaksi mengenai suatu topik tertentu dari sudut partisipan.

B.2 Tempat dan waktu penelitian

Tempat penelitian dilakukan di Pasar Slipi Jaya , Kecamatan Palmerah Jakarta Barat. Sedangkan untuk waktu penelitian akan dilakukan pada bulan Desember 2013.

B.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah field research, yaitu melakukan penelitian langsung ke lapangan guna mengetahui permasalahan yang terjadi, sekaligus untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Dalam rangka untuk memperoleh data tersebut maka dilakukan dengan wawancara (*interview*) dengan cara tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak yang terkait yaitu para pelaku UMKM.

Cara selanjutnya pengambilan data yang akan digunakan adalah dengan melakukan wawancara dengan 17 informan yang akan dilakukan eksplorasi menggunakan fasilitator.

Proses eksplorasi dalam prosedur grounded theory digunakan untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan faktor-faktor pembentuk sikap terhadap perguruan tinggi yang bertujuan untuk memperoleh pengetahuan yang lebih mendalam dan berguna, sehingga dapat dijadikan sebagai dasar untuk membentuk proposisi, berdasarkan informasi langsung dari pelaku UMKM.

B.4 Populasi dan Sampel

Total pelaku UMKM di Pasar Slipi Jaya Kecamatan Palmerah Jakarta Barat lebih dari 50 pelaku UMKM dan akan diambil sampel sebanyak 17 pelaku UMKM jenis usaha makanan .

Sedangkan untuk pelaku UMKM jenis usaha makanan 7 informan bergender laki-laki, 10 informan bergender perempuan.

B.5 Metode Analisis data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan dan penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi kasar data kasar yang muncul dari catatan catatan tertulis di lapangan. Proses ini berlangsung secara terus menerus selama penelitian ini berlangsung , bahkan sebelum data benar benar terkumpul sebagaimana terlihat dari kerangka konseptual penelitian, permasalahan studi dan pendekatan pengumpulan data yang dipilih. Reduksi data meliputi:

1. Meringkas data
2. Mengkode
3. Menelusur tema
4. Membuat gugus

Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

Penarikan kesimpulan dilakukan peneliti secara terus menerus selama berada di lapangan. Dari permulaan pengumpulan data peneliti kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan pola-pola (dalam catatan teori), penjelasan-penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

C.1 Pelayanan

C.1.1 Pengertian Pelayanan

Kebutuhan akan memberikan pelayanan yang baik sangat dibutuhkan dalam menjalankan usaha, hal tersebut dibutuhkan karena layanan merupakan salah satu aspek penting dalam mempertahankan bisnis dan memenangkan persaingan. Setiap pelaku usaha harus memberikan pelayanan yang semakin baik dari hari ke hari kepada konsumen . Beberapa definisi mengenai pelayanan:

Menurut Buchari Alma (2000: 202-203) bahwa:“Pelayanan diberikan dengan memberikan fasilitas maupun kegiatan nyata kepada calon pembeli agar mau melakukan transaksi dengan perusahaan yang melakukan pelayanan tersebut. Pelayanan ini dapat berupa fasilitas, pelayanan langsung oleh pramuniaga maupun purna jual”

Kotler dialih bahasakan oleh Hendra Teguh , dkk (2000: 428), mengemukakan pelayanan sebagai berikut :

Pelayanan adalah kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak menghasilkan kepemilikan.

Menurut Moenir (2001: 17) bahwa:

Pelayanan merupakan proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pengertian proses ini terbatas dalam kegiatan manajemen untuk pencapaian tujuan organisasi.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa Pelayanan adalah kegiatan yang ditawarkan kepada suatu pihak secara langsung maupun tidak langsung dalam rangka pencapaian tujuan organisasi.

C.1.2 Kualitas Pelayanan

Menurut Lewis & Booms(1983) dalam Tjiptono dan Chandra (2009;51) kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini , kualitas jasa bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan demikian ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa : jasa yang diharapkan (*expectedservice*) dan jasa yang dirasakan / dipersepsikan (*perceived service*). Menurut Parasuraman,et.al dalam Tjiptono dan Chandra (2009;141) apabila *perceived service* sesuai dengan *expected service*, maka kualitas jasa bersangkutan akan dipersepsikan baik atau positif. Jika *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya apabila *perceivedservice* lebih jelek dibandingkan *expectedservice*, maka kualitas jasa dipersepsikan negatif atau buruk. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Menurut Tjiptono (2009;59) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan kualitas pelayanan adalah pemenuhan kebutuhan pelanggan yang disertai tingkat keunggulan yang diharapkan antara yang diharapkan dan dirasakan.

C.1.3 Mengukur Pelayanan

Menurut Parasuraman (dalam Fitzsimmons, 1994, Zeithmal dan Brietner , 1996) Yang dikutip oleh Fandy Tjiptono(2010:70) terdapat lima dimensi untuk mengukur pelayanan, yaitu:

1. Bukti Langsung(*Tangibles*) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi
2. Keandalan (*Reliability*) yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera , akurat dan memuaskan
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*) yaitu ketanggapan seorang pegawai untuk membantu para pelanggan dengan tanggap
4. Jaminan (*Assurance*) yaitu perilaku karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan dapat menciptakan rasa man bagi pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan ketrampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
5. Empati (*Emphaty*) yaitu memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman

Menurut Lamb, Hair , McDaniel dalam David Octarevia (2001;485), hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen menilai kualitas jasa melalui lima komponen sebagai berikut:

1. Keandalan (*reliability*): kemampuan menyelenggarakan jasa dengan dapat diandalkan, akurat dan konsisten. Keandalan memberikan pelayanan yang tepat pada saat pertama kali. Komponen ini dianggap sebagai salah satu yang terpenting bagi konsumen.
2. Cepat tanggap (*responsiveness*): kemampuan untuk memberikan pelayanan dengan segera
3. Kepastian (*assurance*): pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan untuk menjaga kepercayaan
4. Empati (*Emphaty*): memperhatikan konsumen secara individual

5. Berwujud (*Tangibles*): bukti fisik dari jasa. Bagian nyata dari jasa meliputi fasilitas fisik, perkakas, peralatan yang digunakan untuk menghasilkan jasa. Jadi dalam mengukur kualitas pelayanan dalam pemasaran jasa dapat diukur dengan melalui lima dimensi yaitu *Tangible* (bukti fisik), *Responsiveness* (cepat tanggap), *Assurance* (jaminan), *Emphaty* (Empati), *Reliability* (keandalan)

C.2 Jenis Kelamin dan Gender

Menurut Mead (1965) dalam bukunya Sunarto, Kamanto (2004;109) Dari hasil penelitian dilapangan bahwa tidak adanya hubungan antara kepribadian dengan jenis kelamin, kepribadian laki-laki dan perempuan tidak tergantung pada faktor jenis kelamin, melainkan dibentuk oleh faktor kebudayaan. Perbedaan kepribadian antar masyarakat maupun antar individu merupakan hasil proses sosialisasi, terutama pola asuhan dini yang dituntun oleh kebudayaan masyarakat yang bersangkutan.

C.2.1 Jenis Kelamin

Konsep seks atau jenis kelamin mengacu pada perbedaan biologis antara perempuan dan laki-laki, pada perbedaan antara tubuh laki-laki dan perempuan. Sebagaimana dikemukakan Moore dan Sinclair (1995;117) dalam buku Sunarto, Kamanto (2004;110): “*Sex refers to the biological difference between men and women the result fo difference in the chromosomes of the embryo*” Definisi konsep seks tersebut menekankan pada perbedaan yang disebabkan oleh perbedaan kromosom pada janin. Dengan demikian manakala kita berbicara mengenai perbedaan jenis kelamin maka kita akan membahas perbedaan biologis yang umumnya dijumpai antara kaum laki-laki dan perempuan, seperti perbedaan pada bentuk, tinggi serta berat badan, pada struktur organ reproduksi dan fungsinya.

C.2.2 Teori Gender

Konsep gender tidak mengacu pada perbedaan biologis antara perempuan dan laki-laki, melainkan pada gender tidak mengacu pada perbedaan biologis antara perempuan

dan laki-laki, melainkan pada perbedaan psikologis, sosial dan budaya yang dikaitkan masyarakat antara laki-laki dan perempuan

Gender tidak bersifat biologis melainkan dikonstruksikan secara sosial. Gender tidak dibawa sejak lahir melainkan dipelajari melalui sosialisasi.(Sunarto, Kamanto;122)

Secara khusus tidak ditemukan teori yang membahas tentang gender, tetapi teori yang digunakan dalam membahas permasalahan gender banyak diadopsi yang dikembangkan oleh para ahli di bidang sosial dan banyak diambil dari teori sosiologi dan psikologi (Marzuki, 2010). Dalam penelitian ini membahas mengenai teori gender dianggap sangat penting karena hasil dari penelitian diharapkan bisa menunjukkan apakah kualitas servis dari UMKM yang ber-gender wanita atau pria memiliki karakteristik yang sama atau berbeda. Adapun dari berbagai macam teori yang ada, yang akan dibahas hanya mengenai **a). Teori struktural fungsional, b).Teori Feminisme Liberal c). Teori Feminisme Marxis-Sosialis.**

a. Teori Struktural Fungsional

Teori struktural-fungsional mengakui adanya segala keragaman dalam kehidupan sosial.sosiolog yang mengembangkan teori ini dalam kehidupan keluarga pada abad ke-20, di antaranya adalah William F. Ogburn dan Talcott Parsons (Ratna Megawangi, 1999: 56).Terkait dengan peran gender, pengikut teori ini menunjuk masyarakat pra industri yang terintegrasi di dalam suatu sistem sosial.Laki-laki berperan sebagai pemburu (*hunter*) dan perempuan sebagai peramu (*gatherer*). Sebagai pemburu, laki-laki lebih banyak berada di luar rumah dan bertanggung jawab untuk membawa

makanan kepada keluarga. Peran perempuan lebih terbatas di sekitar rumah dalam urusan reproduksi, seperti mengandung, memelihara, dan menyusui anak.Pembagian kerja seperti ini telah berfungsi dengan baik dan berhasil menciptakan kelangsungan masyarakat yang stabil. Dalam masyarakat ini stratifikasi peran gender sangat ditentukan oleh *sex* (jenis kelamin).Teori struktural-fungsional ini mendapat kecaman dari kaum feminis karena membenarkan praktik yang selalu mengaitkan peran sosial dengan jenis kelamin. Laki-laki diposisikan dalam urusan publik dan perempuan diposisikan dalam urusan domestik, terutama

dalam masalah reproduksi Akibatnya, posisi perempuan akan tetap lebih rendah dan dalam posisi marginal, sedang posisi laki-laki lebih tinggi dan menduduki posisi sentral.

b). Teori Feminisme Liberal

Teori ini berasumsi bahwa pada dasarnya tidak ada perbedaan antara laki-laki dan perempuan. Karena itu perempuan harus mempunyai hak yang sama dengan laki-laki. Dengan demikian, tidak ada lagi suatu kelompok jenis kelamin yang lebih dominan. Organ reproduksi bukan merupakan penghalang bagi perempuan untuk memasuki peran-peran di sektor publik (Megawangi, 1999).

c). Teori Feminisme Marxis-Sosialis

Teori ini mengadakan restrukturisasi masyarakat agar tercapai kesetaraan gender. Teori ini mengadopsi teori *praxis* Marxisme, yaitu teori penyadaran pada kelompok tertindas, agar kaum perempuan sadar bahwa mereka merupakan ‘kelas’ yang tidak diuntungkan. Proses penyadaran ini adalah usaha untuk membangkitkan rasa emosi para perempuan agar bangkit untuk merubah keadaan (Ratna Megawangi, 1999: 225).

C.2.3 Perbedaan Gender

Shorea Dwarawati (2005), dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Kinerja Akuntan Dilihat dari Perbedaan Gender menemukan bahwa, komitmen organisasi dan kepuasan kerja menunjukkan adanya perbedaan antara pria dan wanita. Hal ini berarti adanya perbedaan yang signifikan pada komitmen organisasi dan kepuasan kerja antara karyawan pria dan wanita. Tangga, sosok yang lemah; sedangkan laki-laki sebagai pelindung, penjaga keamanan, figur yang kuat.

The Australian – Indonesia Partnership For Reconstruction for Development (Gender Brief Series No 1, 2007), perbedaan biologis antara laki-laki dan perempuan tidak dapat secara normal/alamiah terjadi. Tetapi karakteristik yang dimiliki, peran dan tanggung jawab yang dibebankan pada mereka bisa berbedabeda dari suatu masyarakat, budaya, dan periode historis. “Peran gender” (*genderroles*) merupakan aktivitas yang dibebankan kepada perempuan dan laki-laki atas dasar perbedaan yang

diterimanya. Selama ini, dalam masyarakat, peran, tugas dan pembagian kerja laki-laki dan perempuan diterapkan secara ketat atas dasar karakteristik gender dan atribut-atributnya, dan bukan atas dasar kemampuan dan keterampilan. Misalnya, peran laki-laki: (1). Peran Produktif dan pengembangan masyarakat, (2). Laki-laki bekerja di wilayah “alat-alat berat, mengorganisasi massa, menyusun strategi ” sedangkan perempuan di wilayah “berhitung, di balik meja, atau berhadapan dengan klien”. (3). Laki-laki umumnya tidak terlibat dalam urusan domestik dan rumah tangga. Waktu luang mereka digunakan untuk terlibat dalam arena politik, kelompok hobi, memimpin masyarakat.

Dengan analisis gender, maka ketidakadilan gender dapat diuraikan agar struktur dan relasi yang tidak seimbang tersebut dapat diperbaiki, karena analisis gender membantu: (1). Menyingkap perbedaan di antara perempuan dan laki-laki, dan perbedaan “identitas” dari kelompok-kelompok gender yang beragam (berkaitan dengan, misalnya: kelas, ras, etnis, usia, kemampuan dan orientasi seksual). (2). Melihat masalah tidak dalam isolasi (ruang vakum) tanpa mengaitkannya dengan konteks sejarah, politik, sosial, maupun ekonomi’ (3). Menganalisis bagaimana perbedaan ini telah membawa ketidaksetaraan / ketidakadilan, terutama bagi perempuan (Suputra, 2011).

C.3 Analisis Data

1. Cara Penataan toko

Hasil penelitian ini terlihat bahwa untuk jenis usaha makanan dalam hal penataan toko atau warung untuk gender perempuan 4 informan menjawab menata dengan biasa saja, 3 menjawab menata dengan menarik, 3 menjawab menata dengan rapi dan 2 informan menjawab dengan bersih. Untuk gender laki laki semua informan menata warungnya dengan biasa dan sederhana. Dari hasil data diatas dapat ditarik suatu pernyataan perbedaan karakteristik layanan dalam hal penataan toko atau warung untuk jenis usaha makanan:

Gender Perempuan cenderung cara menata warung atau tokonya menarik, rapi dan bersih.

Gender laki-laki cenderung cara menata warung atau tokonya sederhana dan biasa saja.

2. Pengetahuan tentang penataan toko

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk jenis usaha makanan dalam pengetahuan penataan toko atau warung diperoleh dari:

1. Gender perempuan 9 informan menjawab pengetahuan dari pengalaman sendiri, 1 informan menjawab dari melihat TV

2. Gender laki laki 7 informan menjawab pengetahuan dari pengalaman diri sendiri

Dari hasil data diatas dapat ditarik suatu pernyataan bahwa dalam hal penataan toko atau warung untuk jenis usaha makanan gender perempuan dan gender laki-laki cenderung pengetahuan tentang penataan warung berasal dari diri sendiri

3. Penentuan harga barang

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk jenis usaha makanan penjual dalam menentukan harga barang ditentukan dari :

Gender perempuan 6 informan menjawab menentukan harga barang berdasarkan harga pasar, 5 informan menjawab menentukan harga barang berdasarkan modal yang dikeluarkan.

Gender laki laki 3 informan menjawab menentukan harga barang berdasarkan harga pasar, dan 4 informan menjawab menentukan harga barang berdasarkan modal yang dikeluarkan.

Gender Perempuan dalam hal menentukan harga barang cenderung berdasarkan harga pasar dan Gender laki-laki cenderung dalam hal menentukan harga barang berdasarkan modal yang dikeluarkan.

4. Cara menjaga kualitas produk

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk jenis usaha makanan pelaku UMKM dalam menjaga kualitas barang ditentukan dari :

Gender perempuan 1 informan menjawab untuk menjaga kualitas dengan memberikan yang terbaik, 2 informan memberikan jawaban dengan memberikan rasa

makanan yang sama, 7 informan menjawab dengan membuat dengan bahan baku yang baik.

Gender laki laki 1 informan menjawab tidak tahu, 6 informan menjawab dengan membuat bahan baku yang baik.

Dari hasil data diatas dapat ditarik suatu pernyataan bahwa dalam hal menjaga kualitas barang:

Gender Perempuan untuk jenis usaha makanan dalam hal menjaga kualitas barang cenderung dengan membuat dari bahan baku yang baik demikian pula dengan gender laki-laki cenderung dalam hal menjaga kualitas barang dengan membuat dari bahan baku yang baik.

5. Jam buka toko

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk usaha jenis makanan pelaku UMKM yang bergender perempuan dalam membukan warung/tokonya, 4 informan menjawab membuka warungnya selama 4 hari, 6 informan menjawab membuka toko/warungnya 7 hari.

Dari data diatas dapat dilihat tidak secara signifikan ada perbedaan:

Untuk jenis usaha makanan gender perempuan sebagian besar membuka tokonya selama 7 hari, demikian pula untuk informan laki-laki semua informan membuka tokonya selama 7 hari.

6. Keluhan tentang pelayanan

Hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa untuk usaha makanan baik yang bergender perempuan maupu laki-laki cenderung tidak ada keluhan tentang pelayanan walaupun ada 3 informan yang menjawab ada keluhan, 2 informan menjawab ada keluhan tanpa ada alasan, dan 1 informan memberikan keterangan bahwa keluhan dikarenakan karena suasana toko sedang ramai.

Dari data diatas dapat dilihat bahwa tidak banyak perbedaan dalam hal frekuensi terhadap keluhan antara gender perempuan dan gender laki-laki, pada gender perempuan ada 1 informan mengatakan ada keluhan dikarenakan kondisi toko yang ramai, sedangkan untuk gender laki-laki cenderung tidak pernah menerima keluhan.

7. Keluhan tentang kualitas barang

Hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa keluhan tentang kualitas produk dapat digambarkan sebagai berikut, pelaku UMKM usaha makanan dalam hal keluhan tentang kualitas produk cenderung tidak ada baik yang bergender perempuan sedangkan untuk gender laki-laki ada 1 informan menjawab ada keluhan tentang kualitas produk.

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa untuk usaha makanan cenderung tidak ada keluhan mengenai kualitas barang, hal tersebut dikarenakan konsumen untuk usaha makanan cenderung sudah menjadi langganan dan sudah sesuai dengan selera rasa masakan

8. Penggunaan Bahasa

Hasil penelitian ini dapat menggambarkan bahwa untuk jenis usaha makanan gender perempuan ada 1 informan menggunakan bahasa campuran sedangkan untuk 10 informan menggunakan bahasa Indonesia, sedangkan untuk gender laki-laki hampir semua informan menggunakan bahasa Indonesia dalam memberikan pelayanan.

Dari gambar diatas dapat digambarkan bahwa semua informan laki-laki pada pelaku usaha makanan mereka cenderung menggunakan bahasa Indonesia dikarenakan mereka berjualan di Ibukota Jakarta yang memiliki kecenderungan konsumen yang datang berasal dari berbagai daerah dan mereka menggunakan bahasa resmi yaitu Bahasa Indonesia. Sedangkan ada 1 informan perempuan yang menggunakan bahasa campuran dalam melakukan usaha mereka, dari hasil wawancara didapatkan bahwa mereka menggunakan bahasa campuran apabila dia bertemu dengan konsumen yang satu daerah dengan mereka.

9. Perlakuan terhadap konsumen yang berasal dari satu daerah

Hasil penelitian diatas dapat diuraikan bahwa untuk jenis usaha makanan informan bergender menjawab 8 responden menjawab tidak ada perbedaan, 2 responden menjawab ada perbedaan. Untuk gender laki-laki semua menjawab tidak perbedaan dalam memberikan perlakuan terhadap konsumen yang berasal dari satu daerah.

Dari data diatas dapat digambarkan bahwa ada kecenderungan bahwa semua pelaku usaha makanan cenderung tidak membedakan perlakuan terhadap konsumen yang berasal dari satu daerah. Walaupun ada 2 informan menjawab bahwa mereka memberikan perlakuan yang berbeda terhadap konsumen yang berasal dari satu daerah. Tetapi dibandingkan dari total responden jumlah lebih kecil daripada yang menjawab memberikan perlakuan yang sama terhadap semua konsumen.

10. Kesalahan dalam pengembalian uang

Hasil penelitian diatas dapat diuraikan dalam pengembalian uang untuk jenis usaha makanan yang bergender perempuan menjawab 7 responden tidak pernah melakukan kesalahan dalam pengembalian uang, 3 responden pernah melakukan kesalahan dalam pengembalian uang. Sedangkan untuk gender laki-laki 2 orang responden menjawab tidak pernah melakukan kesalahan pengembalian uang dan 5 responden pernah melakukan kesalahan dalam pengembalian uang.

Dari data diatas dapat diuraikan bahwa untuk jenis usaha makanan responden perempuan cenderung sedikit pernah melakukan pengembalian uang dan gender laki-laki cenderung lebih banyak melakukan pengembalian uang.

11. Kesalahan dalam penerimaan uang

Hasil penelitian diatas dapat diuraikan bahwa kesalahan dalam penerimaan uang UMKM berjenis usaha makanan yang bergender perempuan menjawab 8 responden tidak pernah melakukan kesalahan dalam penerimaan uang, 2 responden pernah melakukan kesalahan dalam pengembalian uang. Sedangkan untuk gender laki-laki 4 responden menjawab tidak pernah melakukan kesalahan penerimaan uang dan 3 responden pernah melakukan kesalahan dalam pengembalian uang.

Dari data diatas dapat diuraikan bahwa untuk jenis usaha makanan responden perempuan cenderung sedikit pernah melakukan penerimaan uang dan gender laki-laki cenderung lebih banyak melakukan pengembalian uang.

12. Cara/usaha penjual agar konsumen kembali

Hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa para pelaku UMKM untuk membuat konsumen kembali dalam jenis usaha makanan untuk gender perempuan dari total 10 responden 4 orang responden menjawab melayani dengan baik, 1 orang menjawab

memberikan pelayanan cepat, 1 orang menjawab tidak tahu dan 4 orang menjual makanan yang enak. Untuk gender laki-laki sebanyak total 7 responden menjawab memberikan pelayanan yang baik sebanyak 6 memberikan pelayanan yang baik, 1 dengan menjual makanan yang enak. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa untuk gender laki dalam membuat konsumen kembali dengan memberikan pelayanan yang baik. Sedangkan untuk gender perempuan antara memberikan pelayanan yang baik dan menjual makanan yang enak memiliki persentase yang sama.

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa baik gender perempuan maupun gender laki-laki untuk menarik konsumen kembali ke warung atau toko informan cenderung memberikan kualitas pelayanan yang baik yang meliputi : pelayanan yang ramah, sopan, baik, cepat, memberikan kualitas makanan yang baik serta membuat tampilan yang menarik.

D. SIMPULAN

1. Gender Perempuan untuk usaha jenis makanan cenderung cara menata warung atau tokonya dengan rapi
2. Gender laki-laki untuk jenis usaha makanan cenderung cara menata warung atau tokonya menggunakan imajinasi atau kreatifitas mereka.
3. Gender wanita cenderung terbentuk dengan budaya yang rapi, bersih dan menarik. Sedangkan untuk gender laki-laki cenderung terbentuk oleh budaya yang dari segi penampilan yang sederhana dan kecenderungan memiliki kreatifitas yang tinggi.
4. Pengetahuan tentang penataan warung/toko mereka berdasarkan proses pembelajaran selama hidup mereka melalui pengalaman maupun pengamatan.
5. Hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM dengan gender laki-laki cenderung menentukan harga barang berdasarkan modal dan perempuan cenderung menggunakan harga pasar. Dari sisi konsep marketing bahwa penentuan harga barang bisa ditentukan oleh jumlah biaya yang telah dikeluarkan maupun dengan melihat tren pasar
6. Untuk menjaga kualitas produk yang dijual untuk usaha makanan cenderung untuk menjaga kualitas bahan baku. Hal tersebut dapat peneliti simpulkan bahwa untuk

produk makanan akan memiliki kualitas yang baik apabila berasal dari bahan baku yang baik.

Dari hasil penelitian diatas disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan antara gender laki-laki dan perempuan dalam cara menjaga kualitas produk yang dia jual dan apabila dikaitkan dengan teori bahwa dimensi dari produk adalah salah satunya kualitas mereka telah menyadari pentingnya kualitas.

7. Penelitian diatas menunjukkan bahwa rata-rata semua pedagang jenis makanan semua cenderung membuka toko/warungnya selama 7 hari. Dari hasil wawancara menunjukkan selain dikarenakan sewa toko yang cukup mahal mereka juga takut kehilangan pelanggan berpindah ketempat lain. Dari hal tersebut akan terbentuk persepsi bahwa perempuan cenderung untuk bertugas berada dirumah mengurus rumah tangga dan laki-laki keluar mencari nafkah untuk keluarga. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi yang sudah terbentuk tidak berpengaruh dalam penelitian ini, dikarenakan hasil penelitian menunjukkan bahwa gender perempuan pun membuka jam buka toko 7 hari kerja.
8. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan untuk jenis usaha makanan gender laki-laki cenderung tidak pernah menerima keluhan . Dari pernyataan diatas dapat simpulkan bahwa untuk usaha makanan cenderung tidak ada keluhan mengenai kualitas barang, hal ini peneliti amati dikarenakan untuk usaha makanan kecenderungan bahwa yang menjadi konsumen usaha makanan cenderung sudah menjadi langganan dan sudah sesuai dengan selera rasa masakan. Apabila dihubungkan dengan teori gender bahwa karakteristik gender mengacu pada psikologis, sosial dan budaya yang dikaitkan dengan jenis kelamin, untuk gender laki-laki cenderung ada keluhan dikarenakan bahwa laki-laki cenderung untuk tidak telaten dalam merawat produk.
9. Bahasa yang digunakan oleh pelaku usaha makanan menggunakan bahasa Indonesia dikarenakan mereka berjualan di Ibukota Jakarta yang memiliki kecenderungan konsumen yang datang berasal dari berbagai daerah dan mereka menggunakan bahasa resmi yaitu Bahasa Indonesia
10. Para pelaku usaha makanan cenderung tidak membedakan perlakuan terhadap konsumen yang berasal dari satu daerah

11. Dari data diatas perempuan cenderung memiliki persentase yang kecil dalam kesalahan pengambilan uang. Apabila penelitian diatas dibandingkan dengan teori yang ada akan kembali ke teori gender bahwa karakteristik gender mengacu pada psikologis, sosial dan budaya yang dikaitkan dengan jenis kelamin, untuk gender laki-laki cenderung memiliki karakteristik kurang teliti dikarenakan budaya dari keluarga, didalam lingkungan keluarga bahwa anak laki-laki cenderung untuk melakukan pekerjaan yang kasar sedangkan perempuan ke arah pekerjaan yang butuh ketelitian.
12. Dari data diatas dapat diuraikan bahwa untuk jenis usaha makanan responden perempuan cenderung sedikit pernah melakukan penerimaan uang dan gender laki-laki cenderung lebih banyak melakukan pengembalian uang. Apabila penelitian diatas dibandingkan dengan teori yang ada akan kembali ke teori gender bahwa karakteristik gender mengacu pada psikologis, sosial dan budaya yang dikaitkan dengan jenis kelamin, untuk gender laki-laki cenderung memiliki karakteristik kurang teliti dikarenakan budaya dari keluarga, lingkungan maka keluhan dikarenakan bahwa laki-laki cenderung untuk melakukan pekerjaan yang kasar sedangkan perempuan ke arah pekerjaan yang butuh ketelitian.
13. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa untuk menarik konsumen kembali ke warung atau toko informan cenderung memberikan pelayanan yang baik, ramah, sopan. Apabila hasil penelitian tersebut dibandingkan dengan teori service quality bahwa dimensi kualitas terdiri dari: tangible, realibility, responsiveness, emphaty dan assurance. Dari lima dimensi tersebut bahwa para pelaku UMKM tanpa pengetahuan yang mereka ketahui telah menerapkan dimensi-dimensi tersebut. Dalam hal cara atau usaha untuk menarik konsumen kembali antara gender perempuan dan laki-laki tidak ada perbedaan yang signifikan.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Alwisol. (2005). *Psikologi Kepribadian*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Development, T. A. (2007). *Gender Brief Series no.1*.
- Fatmawati. (2012). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang di PT. Angkasa Pura I (persero) Bandara Adisutjipto – Yogyakarta* .
- Henslin, James M. (2007) *Sosiologi dengan pendekatan membumi*. Ed. 6 Jakarta: Erlangga.

- Jhon.M, E., & Shadily, H. (1983). *Kamus Inggris Indonesia*. Jakarta: Gramedia Cet XII.
- Kotler, Philip (2007), *Marketing Management*, 5th ed. Pearson Education, Inc, Upper Saddle River, New Jersey.
- Kotler, Philip 2012, *Marketing Management*, 12th ed. Pearson Education, Inc, Upper Saddle River, New Jersey.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, 2010, *Principle of Marketing*, 13th ed, Pearson Education, Inc, Upper Saddle River, New Jersey.
- Kuntjojo. (2009). *Diktat Psikologi Kepribadian*. Kediri: PGRI Kediri.
- Kretch, D. d. (1969). *Elements of Psychology*. New : Alfred A. Knopf.
- Kotler, Philip, 2001 . *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis , Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta
- Lupiyodi, Rambat, 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Ed.2, Salemba Empat, Jakarta
- Larasati, B. H. (2011). *Analisis Hubungan Komunikasi Pemasaran Dengan Kualitas Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) . Institut Pertanian Bogor .*
- Lips, H. M. (1993). *Sex and Gender: An Introduction*. London: Myfield Publishing Company.
- Mulia, S. M. (2004). *Islam Menggugat Poligami*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama Cet.I.
- Marzuki. (2010). *Kajian Awal Tentang Teori-Teori Gender*. Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia.
- Megawangi, R. (1999). *Membiarkan Berbeda: Sudut Pandang Baru tentang Relasi Gender*. Bandung: Mizan Cet.I.
- R, A. P. (2013). *Analisis Perencanaan Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Konsumen Dengan Metode Quality Function Deployment (Studi Kasus Pada Ukm Roti Mawadah Ratu Malang) . Universitas Brawijaya .*
- Sinaga, P. P. (2010). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Kepuasan Pelanggan Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Warnet Chamber Semarang)*.
- Showalter, E. (1989). *Speaking of Gender*. New York: London Routledge.
- Shorea, D. (2005). *Analisis Perbedaan Kinerja Akuntan dilihat dari Segi Gender. Tesis Universitas Islam Indonesia Yogyakarta .*
- Sunarto. Kamanto, 2004 *Pengantar Sosiologi*. Ed.rev . Jakarta: LPFE UI
- Sujanto, A., Lubis, H., & Hadi, T. (2009). *Psikologi Kepribadian*. Jakarta: Bumi Aksara.

Suputra, I. G. (2011). Perbedaan Gender, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Mahasiswa Stimi “Handayani” Denpasar. Denpasar, Denpasar, Indonesia, Jakarta

Segoro, Waseso, 2012, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan, Ed.1. Mitra Wacana Medika: Jakarta.

Tjiptono, Fandy, 2009, Prinsip-prinsip total quality service, Ed.5. Andi Offset: Yogyakarta.

Teguh, Hendra, 2001 . Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Salemba Empat. Jakarta

Umar, N. (1999). *Argumen Kesetaraan Jender*. New York: Routledge

Victoria, N. (1984). *Webster's New World Dictionary*. New York: Webster's New World Clevelanland.

W.Sarwono, S. (2010). Pengantar Psikologi Umum. Dalam S. W.Sarwono, *Pembentukan Kepribadian* (hal. 169). Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Wawolumaja, R., & Agneslia, E. (2011). Analisis Kualitas Pelayanan Perpustakaan Teknik Universitas Kristen Maranatha Dengan Metoda Servqual.